

# Gedragsregels sponsoring patiëntenorganisaties

## *Inleiding*

Sinds jaar en dag bestaan er vanzelfsprekende contacten tussen patiëntenorganisaties en de farmaceutische industrie. Als gebruikers en ontwikkelaars/producenten van geneesmiddelen zijn zij natuurlijke partners. Beide partijen zijn gebaat bij uitwisseling van kennis over geneesmiddelen, van ervaringen, wensen en verwachtingen voor de toekomst. Tegen die achtergrond werken patiëntenverenigingen en farmaceutische bedrijven dan ook vaak samen op diverse terreinen. In het kader van die samenwerking spelen twee onderwerpen die in verband kunnen worden gebracht met beïnvloeding: communicatie en financiering.

In de *communicatie* zullen vaak (ook) concrete geneesmiddelen een rol spelen. Farmaceutische bedrijven mogen alleen binnen strikte kaders reclame maken voor geneesmiddelen; richting het brede publiek is reclame niet toegestaan. Het geven van informatie mag uiteraard wel. De regels in dat verband, en met name ook het onderscheid tussen reclame en informatie zijn zowel voor farmaceutische bedrijven als voor patiëntenorganisaties dus van groot belang.

Voor *financiering* zijn patiëntenorganisaties grotendeels aangewezen op externe bronnen. Nu de overheid zich als subsidieverstrekker grotendeels heeft teruggetrokken, zijn patiëntenorganisaties in toenemende mate afhankelijk van private organisaties. Dat kunnen farmaceutische bedrijven zijn, maar ook andere partijen. Farmaceutische bedrijven zijn bij sponsoring van beroepsbeoefenaren gebonden aan de regels van de CGR, die met name te maken hebben met het voorkomen van ongewenste beïnvloeding. Om ook in de relaties met de patiëntenorganisaties iedere associatie daarmee te voorkomen, wordt het wenselijk geacht om de randvoorwaarden voor een verantwoorde samenwerking vast te leggen.

## *Gedragscode Geneesmiddelenreclame en de Code voor Publieksreclame*

De Gedragscode Geneesmiddelenreclame ziet met name op de relaties tussen industrie en beroepsbeoefenaren; de relatie met patiënten is onderwerp van de Code voor de Publieksreclame voor geneesmiddelen (die een integraal onderdeel van de CGR-Code vormt). Belangrijke uitgangspunten van beide codes zijn onder andere dat er geen ongewenste beïnvloeding van voorschrijfgedrag plaatsvindt en dat communicatie (reclame en informatie) over geneesmiddelen op verantwoorde wijze geschiedt.

Tot op heden zijn er geen aparte gedragsregels over de relatie tussen patiëntenorganisaties en de farmaceutische industrie. Alhoewel de meeste regels uit de codes uiteraard onverkort van toepassing zijn op die relatie, bestaat behoefte om daar toch een nadere, genuanceerde invulling aan te geven. Omdat de CGR-Code specifieke regels over sponsoring kent, en ook richtlijnen heeft over het onderscheid tussen informatie en reclame, ligt het onderbrengen van aanvullende regels over de relatie tussen farmaceutische bedrijven en patiëntenorganisaties binnen de CGR-

Code voor de hand.

Alhoewel onderstaande regels met name geschreven zijn voor de relatie tussen patiëntenorganisaties en farmaceutische bedrijven, zijn zij, vanwege het universele karakter ervan, naar de mening van de CGR van overeenkomstige toepassing op alle relaties die patiëntenorganisaties met aangeslotenen bij de Stichting CGR (zoals voorschrijvers en afleveraars) hebben. Dat is de reden waarom in de gedragsregels over het algemeen wordt gesproken over ‘sponsor’.

### *Gedragsregels voor sponsoring van patiëntenorganisaties*

Regels voor reclame en gunstbetoon zijn te vinden in zowel de CGR-code als in de CPG-code. Voor de relaties met patiëntenorganisaties zijn met name de navolgende normen relevant:

- het verbod op publieksreclame (art. 3 CPG);
- de nadere invulling van het onderscheid tussen reclame en informatie voor geneesmiddelen;
- de Uitwerking normen gunstbetoon.

In aanvulling op met name deze regels geldt ten aanzien van de relaties met patiëntenorganisaties het navolgende.

### **Eisen aan sponsoring van patiëntenorganisaties**

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| <i>Ondersteuning</i>     | 1. Financiële ondersteuning van een patiëntenorganisatie in de vorm van subsidiering, sponsoring e.d. is toegestaan. Ook ondersteuning ‘in natura’ is toegestaan. De ondersteuning kan worden gekoppeld aan een specifieke activiteit.  |
| <i>Onafhankelijkheid</i> | 2. Bij iedere vorm van ondersteuning moet ervoor worden gezorgd dat de onafhankelijkheid van de patiëntenorganisatie, van haar beleid en haar activiteiten niet in gevaar wordt gebracht.   |
| <i>Transparantie</i>     | 3. a. Afspraken omtrent ondersteuning worden, voorafgaand aan de ondersteuning, schriftelijk in een overeenkomst vastgelegd.<br><br>b. De overeenkomst bevat in ieder geval een precieze omschrijving van rechten en verplichtingen van zowel de patiëntenorganisatie als de sponsor.<br><br>c. De overeenkomst is opvraagbaar voor derden. Bovendien maken bedrijven eens per jaar bekend welke patiëntenorganisaties zij sponsoren. |

d. Wanneer de ondersteuning betrekking heeft op een concrete activiteit wordt in de overeenkomst vastgelegd dat de patiëntenorganisatie duidelijk communiceert dat die activiteit (mede) mogelijk is gemaakt door de betreffende sponsor (bijvoorbeeld door het plaatsen van een logo).

e. Indien de ondersteuning niet rechtstreeks maar via derden plaatsvindt, zal dat uit de overeenkomst moeten blijken.

*Geen exclusiviteit* 4. In de relatie tussen sponsor en patiëntenorganisaties is het bedingen van exclusiviteit niet toegestaan, tenzij het gaat om een specifiek project.

*Geen reclame geneesmiddelen* 5. Directe of indirecte promotie van een of meer specifieke receptgeneesmiddelen is verboden.

## *Toelichting*

### *Artikel 1 - Ondersteuning*

Ondersteuning kan op diverse wijzen. Zo kan een patiëntenorganisatie worden ondersteund met een bepaald bedrag, maar het is ook denkbaar dat de ondersteuning wordt gegeven in ‘natura’. Te denken valt aan het ter beschikking stellen van mankracht of locatie. Ondersteuning kan ook worden gekoppeld aan een specifieke activiteit, zoals een samenkomst, of een bepaalde uitgave of campagne. Uitgangspunt is dat naar buiten toe duidelijk is dát er concrete ondersteuning plaatsvindt (zie met name artikel 3).

### *Artikel 2 – Onafhankelijkheid*

De onafhankelijkheid van een patiëntenorganisatie dient voorop te staan. De verleende ondersteuning mag daar geen invloed op hebben. Transparantie is in dit kader uiteraard van groot belang (zie artikel 3). In dit verband is het tevens wenselijk dat ook patiëntenorganisaties (financiële) verantwoording afleggen. Daarbij kan aansluiting worden gezocht bij de Gedragscode voor de Fondsenwerving in de Zorgsector.

### *Artikel 3 - Transparantie*

Transparantie dient voorop te staan. Dat impliceert dat alle afspraken schriftelijk worden vastgelegd en opvraagbaar zijn. In dit artikel zijn de voorwaarden verder uitgewerkt.

Onder a. is benadrukt dat de overeenkomst voorafgaand aan de ondersteuning opgesteld moet zijn. Dit voorkomt dat ondersteuning plaatsvindt zonder dat er concrete en transparante afspraken zijn omtrent de rechten en verplichtingen van beide partijen.

Onder b. is bepaald dat in die overeenkomst in ieder geval alle rechten en verplichtingen van de

betrokken partijen moeten zijn vastgelegd. Dat de overeenkomsten voor derden opvraagbaar moeten kunnen zijn, is vastgelegd onder c. Een concreet verzoek tot inzage in een overeenkomst zal door betrokkenen gehonoreerd moeten worden.

De transparantie dient ook tot uitdrukking te komen in de vermelding dat een bepaalde activiteit (mede) mogelijk is gemaakt door de ondersteuning van een sponsor. Deze verplichting van de patiëntenorganisatie dient in de overeenkomst te worden vastgelegd.

Ten slotte wordt onder e. nog eens benadrukt dat de regels van toepassing zijn op zowel directe als indirecte ondersteuning (via een derde partij). Is dat laatste het geval, dan dient dat ook transparant te zijn. De afspraken in dat verband dienen uit de overeenkomst te blijken.

#### *Artikel 4 – Geen exclusiviteit*

Een bewuste keuze voor één sponsor kan de onafhankelijkheid van een patiëntenorganisatie in gevaar brengen en is dan ook niet wenselijk. Het bedingen van exclusiviteit is dan ook niet toegestaan. Wel is het toegestaan om in het kader van een specifiek project (bijv. een uitgave of een concrete bijeenkomst) exclusiviteit af te spreken, maar het moet dan wel gaan om een kortlopend project.

#### *Artikel 5 – Geen reclame geneesmiddelen*

Deze regel volgt uit het algemene verbod dat publieksreclame voor receptgeneesmiddelen verboden is. Sponsors mogen derhalve ook niet indirect, door gebruik te maken van de patiëntenvereniging, reclame maken richting patiënten.

Vastgesteld tijdens de bestuursvergadering van de CGR op 6 september 2005, laatstelijk gewijzigd m.i.v. 1 april 2008, ten gevolge van het besluit van het Bestuur van de CGR d.d. 10 maart 2008.